



BR /121/A5  
Acronym : FOOD4SUSTAINABILITY  
October 2013-June 2018

## Résumé

<http://www.food4sustainability.be/>

Ce projet visait à explorer le rôle de la transformation des motivations, des valeurs et des visions dans la transition du système agroalimentaire et plus particulièrement de la pertinence des mécanismes de gouvernance hybride - des arrangements dans lesquels les acteurs du système agroalimentaire principal et des initiatives citoyennes et associatives participent. Nous avons identifié trois voies de transition pour lesquelles nous formulons des recommandations: (1) un changement initié par des innovations locales, (2) un changement conduit par des acteurs traditionnels et (3) des arrangements hybrides.

Quel est le potentiel de ces innovations locales pour la réforme des systèmes alimentaires? Une possibilité est que l'innovation à la base coexiste simplement avec le régime traditionnel, non pas temporairement mais pendant une longue période, créant ainsi une forme de "diversité au sein du système alimentaire". Cependant, les théoriciens de la transition soulignent la nécessité pour ces innovations sociales conduites par les citoyens d'interagir avec le courant dominant afin de le transformer potentiellement. Par conséquent, ce projet s'est concentré à la fois sur les initiatives locales qui promeuvent une telle diversité et sur les interactions avec les principaux acteurs qui influencent la transformation du régime.

L'hypothèse générale de la recherche est la suivante: pour être un moteur des transitions vers la durabilité, les changements dans les motivations, les valeurs et les visions sociales des acteurs doivent être systémiques:

- Une première hypothèse spécifique est que les transformations des motivations, des valeurs et des visions ne devraient pas seulement guider les stratégies et les activités des acteurs, mais elles devraient aussi être liées à une compréhension systémique des problèmes;

- Une deuxième hypothèse spécifique de la recherche est que les dispositifs de gouvernance hybrides incluant des acteurs qui véhiculent des visions différentes de l'avenir des systèmes alimentaires sont une condition essentielle pour que les initiatives puissent surmonter les effets de blocage et pour que les acteurs impliqués entrent dans un processus de transition.

Afin d'explorer la contribution de ces deux hypothèses à l'explication des transitions de durabilité dans les systèmes agroalimentaires, ce projet a organisé une série d'enquêtes sur le terrain avec des acteurs du système agroalimentaire en Belgique. La première série d'enquêtes sur le terrain concerne les réseaux alimentaires alternatifs, dont le but explicite est de construire un modèle alternatif au système agroindustriel. La deuxième série d'enquêtes sur le terrain porte sur les innovations du marché et la responsabilité sociale des entreprises par les principaux acteurs du système alimentaire

### **L'apport des réseaux alimentaires alternatifs**

Nous avons mené des entretiens individuels sur le terrain auprès de 104 groupes d'achat collectif de produits alimentaires dans les trois régions belges. L'échantillon a été conçu pour couvrir une grande diversité de zones géographiques de l'alimentation, comprenant 3 grandes zones urbaines, 2 zones urbaines de petite taille et 2 zones non urbaines. Dans la mesure où nous voulions identifier les effets potentiels sur le réseau, un certain nombre de groupes d'achat de produits alimentaires dans un rayon de 30 km ont été choisis dans chaque zone. Toutes les organisations interrogées avaient développé un partenariat économiquement stable avec le(s) producteur(s) et toutes avaient un effectif stable ou en augmentation.

Deux résultats principaux se dégagent. Premièrement, un élément important est la construction de transitions de durabilité sociale et écologique en tant que concept multidimensionnel, qui dépasse de loin le discours du régionalisme économique ou la satisfaction des préférences des consommateurs individuels. En particulier, les coordinateurs des groupes ont indiqué que l'expérimentation de changements de modes de vie durables était l'un des objectifs les plus importants de l'organisation, et qu'ils accordaient une importance plus grande au soutien aux pratiques agricoles durables qu'à la promotion des circuits courts. En outre, dans un grand nombre de groupes interrogés, ce réseau social s'est étendu explicitement à des groupes plus vastes d'initiatives sociales et écologiques, en particulier avec les membres du Mouvement de la Transition (anciennement les Villes en Transition).

Deuxièmement, les groupes d'achat collectifs de produits alimentaires sont largement en faveur des modes de coordination décentralisés pour l'organisation de la composante réseau social, par rapport aux modes de coordination plus centralisés. En particulier, les connexions de réseau centralisées avec les autorités nationales ou régionales occupent une place très faible dans les questions de l'enquête relatives à la confiance et à l'influence. En revanche, les réseaux décentralisés, tels que les réseaux avec les groupes d'achat de produits alimentaires proches, les épiceries locales et d'autres associations de transition alimentaire, ont tous un rang très élevé dans les relations de confiance et d'influence déclarées.

## **Analyser les interactions entre les initiatives citoyennes et associatives et les acteurs du régime dominant**

### **Motivations pro-environnementales des acteurs économiques à but lucratif**

Les données de cette recherche ont été collectées dans le cadre d'une enquête nationale en ligne diffusée en trois langues (français, néerlandais et anglais) à plus de 1 737 entreprises du secteur agroalimentaire belge. Au total, 365 entreprises ont répondu à l'enquête. Après un contrôle de qualité, 201 enquêtes ont été retenues pour l'analyse. Les unités d'analyse (les entreprises) comprenaient une représentation prédominante de micro et petites entreprises. La majorité d'entre elles avaient un statut légal de société anonyme (Société Anonyme / Naamloze vennootschap) et comptaient entre 16 et 50 ans d'existence. La plupart des entreprises ont déclaré ne pas recevoir d'aide externe pour leurs activités respectueuses de l'environnement. Ainsi, la plupart d'entre elles développent leurs actions en faveur de l'environnement avec leurs propres ressources.

Cette recherche visait à comprendre ce qui pousse les entreprises agroalimentaires belges vers la durabilité. Dans cette étude de cas exploratoire, le principal moteur en faveur de l'environnement est la compétitivité, suivie de la conformité sociale / juridique et enfin de la responsabilité sociale. Les résultats montrent également que ces motivations sont complémentaires et non exclusives. Les décideurs politiques devraient donc continuer à travailler sur les cadres réglementaires pour accélérer la transition, tandis que la concurrence pour une plus grande part du marché par le biais d'actions pro-environnementales et la responsabilité sociale des entreprises contribuent à ce processus.

### ***La création d'innovations de marché par les acteurs du régime: éclairages sur l'éthique et la gouvernance des transitions de durabilité***

L'analyse des interactions entre les acteurs des initiatives citoyennes et associatives et les acteurs du régime dominant a été développée par des recherches approfondies sur la qualité. Pour ce faire, trois initiatives bien implantées en Belgique ont été retenues. Les autorités des provinces ont conclu des accords hybrides avec des acteurs du marché et des acteurs à but non lucratif, respectivement dans les provinces de Hainaut, Liège et Brabant wallon. La recherche sur ces trois initiatives reposait sur l'analyse qualitative d'entretiens semi-structurés, d'observations sur le terrain et de données complémentaires provenant de plusieurs sources documentaires. Nous avons mené 36 entretiens en face à face avec les différents acteurs impliqués dans les initiatives; réalisé six observations d'ateliers et de réunions de discussion; et rassemblé des données complémentaires provenant de plusieurs sources documentaires.

L'impact de ces initiatives sur les pratiques des différents acteurs est très similaire dans le Hainaut et à Liège, la seule différence étant la mise en place à Liège d'une plateforme logistique. En revanche, un impact plus profond peut être noté dans le cas du sous-système

du Brabant wallon. Dans le cadre de cette initiative de produits locaux, non seulement de nouvelles opportunités de marketing pour les agriculteurs et de nouvelles activités de logistique et de promotion pour la province ont été créées, mais les activités principales des services de vulgarisation provinciaux se sont développées dans de nouvelles directions. Ce contraste peut s'expliquer par les dispositifs de gouvernance auxquels les initiatives sont liées. Dans le Hainaut et à Liège, les initiatives de produits locaux sont mises en œuvre par des organisations parapubliques existantes, dont le conseil d'administration est composé de grands agriculteurs et de représentants de la province. En Brabant wallon, la création d'une organisation dédiée a permis de nouvelles interactions entre divers acteurs du système agroalimentaire - des petits producteurs précédemment impliqués dans le système de boîtes, le GAL et des représentants de la province - en défendant différentes valeurs. Leur voix égale au sein du conseil favorisait le développement de nouvelles valeurs éthiques, ce qui a eu un impact significatif sur les pratiques de tous les acteurs impliqués.

### ***Transformation des pratiques sociales dans les interactions niche-régime***

Dans le troisième domaine de recherche thématique sur les interactions entre les acteurs locaux et les acteurs du régime dominant, nous nous concentrons sur les magasins appartenant à deux grandes marques de détaillants en Belgique.

L'analyse est basée sur l'analyse qualitative de 19 entretiens semi-structurés. Toutes les réponses sont traitées comme anonymes. L'analyse des données de terrain a révélé l'existence de disparités entre les pratiques des grands détaillants et celles des producteurs locaux, qui se sont manifestées dans les trois éléments de la pratique: les matériaux, les compétences et les significations. Pour que les grands détaillants puissent se procurer et commercialiser des biens locaux, il fallait surmonter ce déséquilibre sous les trois aspects suivants: les compétences de tous les acteurs impliqués, les matériaux utilisés dans les pratiques de marketing et les significations attachées aux indicateurs de performance, tels que la qualité, la forme et les volumes. Cependant, nos cas suggèrent également que la mesure dans laquelle ces adaptations sont effectuées peut différer et qu'elles dépendent en grande partie de la position de la stratégie des magasins locaux dans la stratégie globale d'un détaillant ou d'une chaîne alimentaire saine et occasionnelle. De plus, nos résultats suggèrent que pour l'approvisionnement et le marketing de produits locaux, le pouvoir de décision doit être ramené au niveau du magasin, pour permettre aux directeurs de magasin et aux employés d'entreprendre de développer davantage de nouvelles initiatives individuelles et un esprit d'entreprise plus institutionnel. .

### **Recommandations du projet**

1. Notre étude a démontré que la clé d'une transformation en profondeur réside dans l'intégration d'une initiative donnée dans le réseau social élargi d'organisations qui expérimentent et font des apprentissages de changements en profondeur de mode de vie pour des systèmes agroalimentaires durables. Pour faciliter ce processus d'intégration, nous recommandons le soutien des organisations d'interface, telles que les plates-formes

régionales, les organisations faitières, les centres de connaissances, etc. Ces organisations d'interface, appuyées à la fois par les pouvoirs publics et par les cotisations des membres, peuvent remédier à certaines des insuffisances liées aux canaux de distribution inefficaces, au manque de soutien administratif et à la faiblesse des infrastructures qui caractérisent souvent les initiatives locales. En outre, ces organisations d'interface peuvent faciliter l'apprentissage social parmi les initiatives locales et avec d'autres associations pour l'alimentation durable. Toutefois, cet aspect collaboratif est souvent moins simple que les activités d'appui plus conventionnelles en termes d'échange de bonnes pratiques, de soutien administratif et de conseils juridiques. En effet, comme le montre cette recherche, un apprentissage social réussi dépend de dimensions du processus telles que la délibération non coercitive et la participation inclusive.

2. Nos résultats suggèrent qu'il est également important de surmonter le déséquilibre entre les pratiques des producteurs locaux et celles des grands détaillants et des chaînes de restauration rapide. Ces inadéquations ont été constatées au niveau des compétences de tous les acteurs impliqués, des matériaux utilisés dans les pratiques de marketing et des significations attachées aux indicateurs de performance, tels que la qualité, la forme et les volumes. Cependant, nos cas suggèrent également que la mesure dans laquelle ces adaptations sont effectuées peut différer et qu'elles dépendent en grande partie de la position de stratégie des magasins locaux dans la stratégie globale d'un détaillant ou d'une chaîne de restauration rapide. De plus, nos résultats suggèrent que pour l'approvisionnement et le marketing de produits locaux, le pouvoir de décision doit être ramené au niveau du magasin, permettant aux directeurs de magasin et aux employés d'entreprendre de nouvelles initiatives et de développer un esprit d'entreprise plus institutionnel.

3. Globalement, notre analyse confirme que, pour accroître le potentiel de transformation des initiatives concernant les systèmes agroalimentaires, il est nécessaire de mettre en place des mécanismes de gouvernance hybrides entre différents types d'acteurs. Ces arrangements ne devraient pas concerner uniquement différentes catégories d'acteurs agroalimentaires et non agricoles. Ils devraient également et surtout s'efforcer de permettre aux intérêts jusque-là largement exclus ou marginalisés de s'exprimer davantage et de défendre les valeurs éthiques qui font actuellement défaut dans les chaînes d'approvisionnement conventionnelles, afin de favoriser la diffusion d'une éthique plus systémique dans la réforme du système alimentaire.

## **Mots-clés**

Transitions écologiques et sociales, systèmes agro-alimentaires, innovations citoyennes et associatives, responsabilité sociale des entreprises, interactions niche-régime